

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ТОРГОВЛЕ

Краснокутская Н.С.

Харьковский государственный университет питания и торговли, г. Харьков, Украина

Бубенец И.Г.

Харьковский государственный университет питания и торговли, г. Харьков, Украина

Предпринимательство – сложное социально-экономическое явление, которое базируется на социальной активности и самостоятельности и может осуществляться практически во всех отраслях экономики. Особенностью предпринимательства в развивающихся странах является его активизация в торговле, которая выступает связующим звеном между производством и потреблением. Формирование предпринимательского потенциала здесь, в отличие от большинства сфер экономики, не требует значительных капиталовложений и специализированного образования, что, в свою очередь, способствует быстрому развитию малого и среднего бизнеса в этой сфере.

В связи с тем, что уровень реализации предпринимательского потенциала существенно влияет на уровень экономического развития страны в целом, актуальной становится проблема его оценки, результаты которой позволяют оценить фактическую предпринимательскую активность и определить степень готовности населения заниматься предпринимательской деятельностью. Важность решения сформулированной проблемы определила целевые приоритеты проведенного исследования, которые заключаются в разработке и обосновании авторского подхода к оценке предпринимательского потенциала в торговле.

Современные теория и практика предпринимательства на сегодняшний день не выработали единого подхода к такой оценке. Наиболее распространенной является позиция, согласно которой предпринимательский потенциал отождествляется с его ресурсно-функциональными составляющими (производственной, финансовой,

трудовой и др.) и оценивается с использованием разнообразных коэффициентов [1; 2; 3; 4]. С нашей точки зрения, дискуссионность этой позиции состоит в ее несоответствии сути предпринимательского потенциала, которая определяется совокупностью способностей, знаний и навыков людей по осуществлению предпринимательской деятельности. То есть в основе оценки предпринимательского потенциала должна лежать нематериальная его составляющая – наличие у носителя такого потенциала определенных способностей (профессиональных, психофизиологических, социально-культурных) и компетенций.

Именно такое понимание предпринимательского потенциала лежит в основе Global Entrepreneurship Monitoring (GEM), целью которого является оценка потенциальной готовности заниматься предпринимательской деятельностью среди экономически активного населения различных стран [5]. Основываясь на методологии исследования GEM, мы предлагаем оценку предпринимательского потенциала в торговле проводить по двум направлениям:

- 1) оценка фактического уровня предпринимательской активности в отрасли;
- 2) оценка готовности экономически активного населения заниматься торговым предпринимательством.

В первом случае объектами оценки выступают как предприниматели, которые уже реализовали себя в сфере торговой деятельности и получают от нее стабильные доходы, так и новые предприниматели, которые недавно вошли в этот бизнес. Основными показателями оценки

могут быть количество и темпы роста малых, средних и крупных торговых предприятий, а также частных предпринимателей в торговле.

Второе направление предполагает проведение опросов с целью идентифицировать экономически активное население, готовое начать собственный торговый бизнес. В этом случае предметом исследования должна быть самооценка респондентами, с одной стороны, навыков и знаний, необходимых для торгового предпринимательства, с другой стороны, их желания и готовности заниматься такой деятельностью. В соответствии с авторскими предложениями, общий уровень предпринимательского потенциала в торговле будет определяться как фактической предпринимательской активностью, так и возможностями ее расширения.

Таким образом, использование предложенного подхода к оценке предпринимательского потенциала в торговле базируется на принципах комплексности и системности, а дальнейшие исследования в этой сфере должны

быть направлены на обоснование методов, позволяющих интегрировать полученные количественные оценки предпринимательской активности с качественными характеристиками готовности заниматься торговым предпринимательством.

Литература

1. Булакина, О.Н. Методика комплексной оценки предпринимательского потенциала муниципального образования / О.Н. Булакина // Известия ИГЭА. – 2009. – № 4. – С. 63–65.
2. Степанов, А.Я. Оценка предпринимательского потенциала фирмы : автореф. дис. ... канд. экон. наук / А.Я. Степанов – СПб.: СПбГУЭФ, 2001. – 19 с.
3. Бердичевская, Н.Ф. Оценка предпринимательского потенциала фирмы как элемента инвестиционной привлекательности / Н.Ф. Бердичевская, И. В. Бердичевский. – Ульяновск : УлГТУ, 2004. – 136 с.
4. Федонін, О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.
5. Global Entrepreneurship Monitoring 2013 Global Report / J.E. Amoros, N. Bosma. – Wellesley: Babson College, 2013. – 104 p.